

か いぎしよ

5 May
2025/No.767



トップの部屋

3代目が切り拓く、理容室の新たなカタチ

barber KAYAMA ANNEX オーナー 嘉山 忠雄 氏

第1回 全会員ビジネス交流会開催

7月16日(水) 詳細・申込は本誌12ページ



■ 音楽情報

ミュゼザ川崎シンフォニーホール&東京交響楽団
名曲全集第207回 5月17日(土)ほか

■ シネマ情報

「岸辺露伴は動かない 懺悔室」 5月23日(金)公開



KAWASAKI

2025
5

CONTENTS

★印があるページは読むことができます。
それ以外のページは本誌でお楽しみ
ください。

event

30p
音楽情報

MUZA
KAWASAKI
SYMPHONY HALL
ミュージア川崎シンフォニーホール

ミュージア川崎シンフォニーホール
& 東京交響楽団
名曲全集第207回

5月17日(土)ほか

31p
シネマ情報

100 CINEMAS



© 2025「岸辺露伴は動かない
懺悔室」製作委員会
© LUCKY LAND
COMMUNICATIONS
/ 集英社

岸辺露伴は動かない 懺悔室

5月23日(金)公開

★ 2 トップの部屋 3代目が切り拓く、理容室の新たなカタチ

barber KAYAMA ANNEX オーナー 嘉山 忠雄 氏

- 6 暑中見舞広告掲載のご案内
- 7 令和7年度 事務局役職員配置表

★ 8 会員ひろば FM大師[川崎区] (株)NEXT IDEA [幸区] chercheuses(シェルシューズ)[高津区] (株)ハレタビト[多摩区]

- 12 第1回 全会員ビジネス交流会
- 13 春のキャンペーン実施中! 生命共済制度

24 布野 雅一の税務Q&A 令和7年度税制改正の考え方と身近な話題 税理士 布野 雅一

★ 26 儲かる! 商売に役立つ ワンポイント 客単価UPで店舗の売上向上を目指しましょう! 中小企業診断士・当所専門相談員 仲田 俊一

28 コストゼロでできる! 今すぐ試せる求人術 無名企業が応募したい企業に変わる! 五感で考える採用改善 (一社)求人広告ライター協会 代表理事 関根 コウ

- 14 中小企業・小規模事業者向け支援施策のご案内
- 40 小規模事業者経営改善資金制度

- 16 CCIレポート
- 20 インフォメーション
- 21 新入会員のご紹介
- 30 イベント
ナンプレ/5月・6月の川崎大師
- ★ 32 情報NOW
中小企業のためのDX事例/トレンド通信
- 34 ガンバレ! フロンターレ!
- 35 GO! GO! 川崎プレイブサンダース
- 36 川異研通信
- 38 川崎CNブランドの対象「製品・技術」「サービス」を
募集します!

- 22 ビジネス総合保険制度
- 23 新会員をご紹介ください
- 27 専門相談員制度をご活用ください!
- 29 オンライン経営相談のご案内
- 37 女性会 会員募集中!
- 39 WEBセミナー・研修講座
- 42 小規模企業共済
- 44 大人のそろばん教室
- 45 会員限定プレスリリースサポートのご案内
- 48 会議所行事等予定表・編集後記
- 会員優待サービス券
- ★ ■ 審美巡礼(解説 小池富雄/元鶴見大学教授)
かわさき発 ぶらり旅

5月1日~10月31日実施 夏の省エネルギー 対策のお知らせ

当商工会議所では、環境への
配慮およびに節電の一環とし
て、夏季における省エネルギ
ー対策を実施いたします。職
員は軽装(ノーネクタイ・ノー
上着)での執務を行いますの
で、ご理解賜りますようお願い
申し上げます。

3代目が切り拓く、
理容室の新たなカタチ

嘉山夫妻(左:オーナーの忠雄氏、右:理容師の有梨氏)

barber KAYAMA ANNEX
オーナー 嘉山 忠雄 氏

頭の刈り込みや顔そりで身だしなみを整える理容室は、紳士のたしなみや社交の場として親しまれてきた。

しかし、美容室ブームの影響で店舗数が減少し、加えて後継者不足という課題に直面している。

理容師一家の3代目・忠雄氏は、女性向けのシェービングやスキンケアを充実させ、新たな顧客層の開拓に力を入れている。理容業は、伝統を守りながら新たな価値を生み出す変革の時を迎えている。

老 舗理容室で修業した
祖父母

—創業の経緯を教えてください。

嘉山 私の祖父は、日本橋の「荘司整髪所」で理容技術を学び、同僚だった祖母と出会い結婚しました。理容師法が制定されて間もなく、1949年に武蔵新城で自身の店「嘉山理容館」を開業しました。その後、私の父とその弟も理容師になりました。父は美容師の母と結婚し、二人の間に

生まれた私と弟も理容師になりました。祖父母が修業した日本橋の店はすでになくなってしまいましたが、1932年に大阪・難波に開設された「東京荘司調髪所大阪支店」は、今も営業を続けているようです。

—3代続く理容師一家ですね。

嘉山 70年の月日の中で、店名も「嘉山理容館」から「嘉山理容室」と変わり、1991年ごろには「ヘアーサロンカヤマ」と改めました。同じ敷地内で、母が「カヤマ美容室」を

開いていた時期もありましたね。あの当時、理容室と美容室ははっきり分かれていました。ところが父がバブル期に土地を買い、地上4階地下1階のビルを建てたことで経営が悪化してしまいました。今は賃貸物件で営業を続けています。

—嘉山さんは独立してどのくらいたちますか？

嘉山 2018年、私と弟とで「barber KAYAMA」(新城3丁目)を始めました。2024年6月に、私と妻とで、ここ上新城に「barber KAYAMA ANNEX(アネックス)」を開店しました。アネックス(別館)を構えることは以前から計画していましたが、適当な物件が見つかるまでに8カ月ほどかかりました。



シーンに合わせた照明演出が自慢の店内

—ご家族で理容師の道を選ばれて、どのような思いがありますか？

嘉山 3代、70年以上にわたってお客様に育てられてきました。アネックスを開店する時、店名の上に5つの星を並べたロゴマークを制作しました。それは理容師の祖父、祖母、叔父、父、美容師の母の存在があったからこそ、今の自分たちがあるという思いを込めたものです。

5つの星が光るロゴ▶



転換期に立つ理容業界で

—理容師になるには？

嘉山 1998年以降、理容師になるには、理容師養成施設に入学し、2年以上の昼間課程または夜間課程、もしくは3年以上の通信課程を修了する必要があります。その上で、理容師国家試験に合格後、理容師免許の登録を申請して、理容師免許証を取得するという手順になりました。それ以前の養成施設は1年制で、卒業後に1年間のインターンを経て、国家試験の受験資格が与えられていました。私もその時代に中央理容専門学校で学びました。



店内にはこだわりの商売道具がずらり

—業界全体の印象について教えてください。

嘉山 厚生労働省の調査によると、2024年3月末時点で、理容室の数は約11万件となっています。それに対して、美容室は27万件を超え、過去最多を記録しました。全国の理容室数は1980年代半ばがピークで、その後、理容師の数は2010年代から減少に転じ、現在は約20万人となっています。一方、美容室は新規開業が多く、美容師の数も増加し、現在では58万人ほどいると言われています。

—美容室と理容室の明暗を分けたのは何でしょうか？

嘉山 個人的には1990年代のカリスマ美容師ブームの影響が大きいと感じています。木村拓哉さんと常盤貴子さんが出演したドラマ「ビューティフルライフ」など、テレビを通じて話題になり、美容師に憧れる若者が急増しました。その一方、理容室は旧態依然で、特に若い世代の男性を中心に客離れが起きているのだと思います。

—お客離れは痛いですね。

嘉山 問題は店舗数や従事者の数の減少だけではありません。経営者の高齢化や後継者不足が進むという深刻な状態だと捉えています。理容室は昭和50年代までに創業した個人店が多く、経営者の年齢が50代以上の理容室が8割以上、60代以上も6割を超えています。

事 業継続を可能とする ビジネスモデルへ

—業界の抱える課題について、対策はありますか？

嘉山 シェービングや整髪は、理容師にしかできない技術です。この独自のサービスを生かし、女性向けのシェービングエステやヘッドスパを提供する機会を増やすことが、生存戦略だと考えています。



シェービングとヘッドスパを合わせたコースが人気

—お店(アネックス)ではどのような取り組みをされていますか。

嘉山 当店は、美容に関心が高いお客様をターゲットに、肌質や髪質の改善に特化したケアを提供しています。シェービングやヘッドスパを通じて、それぞれの状態に最適な施術を行い、理想のコンディションへ導きます。また、一人ひとりのニーズに寄り添うカスタマイズケアを重視し、画一的なサービスではなく個別対応を徹底。こうした取り組みにより、ターゲット層に的確にアプローチし、従来の理容室の枠を超えた新たなスタイルを広めていきたいと考えています。

—嘉山さんと奥様のお二人で施術しているのですね。

嘉山 妻の有梨はもともとエステティシャンとして美容に携わる仕事をしていたのですが、アネックスの開店にあたり、理容師の資格取得に挑戦してくれました。渋谷にある国際文化理容美容専門学校の通信課程で学び、コロナ禍という逆風の中でも前向きにスキルを磨いてくれました。今では、彼女の新たな知識と技術が、当店のサービスの幅を広げる大きな力となっています。

—予約はネットからが多いのでしょうか。

嘉山 施術中は電話に出られないことも多く、早くからネット予約を取り入れ、「ホットペッパービューティー」などの予約サイトも活用しています。年配の方やネットが使えない場合は、来店時に次回の予約をしていただくなど、ストレスなく利用できるよう心がけています。

水曜日から金曜日は、お仕事帰りでも当店に立ち寄れるよう、夜8時まで営業します。どうしても土日の利用客が多くなりがちなので、ワークライフバランスを保つためにも、月曜日と火曜日を休業日としています。理容師は体が資本ですからね。

—地域における理容室の役割とは何でしょう。

嘉山 叔父が神奈川県理容生活衛生同業組合の役員を務めていたこともあり、私も要介護の方のお宅を訪問しカットを行ったり、帝京大学医学部附属溝口病院の理容室で施術したりしました。入院患者は治療が優先で理美容は後回しになりがちですが、身ぎれいにすることで気持ちが健康になります。理容業界には高齢化社会ならではの理容ニーズに応えることも求められていると思います。

理容業界の課題に挑み 次世代につなぐ

—若手の育成に向けて取り組んでいることはありますか？

嘉山 高齢化と後継者不足は、理容業界にとって深刻な課題です。私も所属する神奈川県理容組合の青年部では、2023年に「神奈川バーバーズ」を立ち上げました。これは、従来の業界団体とは異なり、理容業界に興味がある人であれば県内外を問わず誰でも参加できるオープンな組織です。

2024年4月には、理容業界のレジェンドでレディースカットの第一人者である本田誠一氏と、「濡れパン」の生みの親として知られる延陽介氏をお招きし、旗揚げイベントを開催しました。この取り組みを通じて、若い世代に理容師の魅力を再発見してもらえたらうれしいです。

—「濡れパン」とは？ゲストとの関わりについても教えてください。

嘉山 新小岩にある「Hair Salon NOBU」のオーナーである延陽介氏が考案したスタイルで、濡れた感じに仕上がるゆるめのパンチパーマのことで、ウェット感の出るジェルを付けてなでつけるだけできれいに仕上がります。

本田さんは(有)髪工房ホンダ(大和市)の創業者で、大和商工会議所の会頭を務め、私が川崎商工会議所に加入したのも、本田さんに勧められたからです。この旗揚げイベントも本田さんの尽力により、大和商工会議所の一室を借りて開催することができました。



神奈川バーバーズで若者たちがカット方法を学ぶ

—理容業界における新しい取り組みですね。

嘉山 昨年10月には高津区で、北陸屈指の人気バーバー「ENTRUST BARBER SHOP」(金沢市)代表の國本篤氏を招き、「メンズカットの未来を知るためのセミナー」を開催しました。今年の3月には再び國本氏を招いて「THE MEN HAIR CUT SEMINER 2025」を開催したところ、美容師や女性理容師の参加もあり、手応えを感じています。

—今後の展開が楽しみです。

嘉山 理容師だけでなく、理容・美容材料を扱う会社、理美容器具のメーカーなどとも危機感を共有しつつ、若い人が理容師に関心を持てるよう、また理容師を目指す人が一人でも増えるような発信を続けていきたい。そのために何ができるか、考え続けています。

—最後に将来の目標をお聞かせください。

嘉山 将来的に理容業はなくなってしまうかもしれない。そんな危惧はあるものの、私たちはぎりぎり逃げ切れる世代。それは今のお客様とともに年を取っていくということでもあります。健康である限り、80歳まで現役の理容師として、働き続けたいと願っています。

■ profile

嘉山 忠雄氏 (かやま ただお)

1971年 川崎市生まれ

1980年 川崎市立高津高等学校 卒業

1991年 中央理容専門学校(現、中央理美容専門学校) 卒業

嘉山理容室 入店

2008年 ヘアーサロンカヤマ 継承

2018年 barber KAYAMA 開業

2024年 barber KAYAMA ANNEX 開業



「FM++(エフエムプラプラ)」を使えば、
インターネットで全国どこからでも聴けます。
川崎区地域の方は、FM ラジオ受信機で FM94.9MHz
に合わせると FM 大師を聴くことができます。

コミュニティFM放送局 FM大師 [情報メディア部会]

川崎区エリアの最新ニュース&防災情報を
毎日生放送!



川崎区のお店を元気にしたい、地域の安全を守りたい!
大師地区で福祉事業を営む清水氏が、新たにラジオ局を立
ち上げました。地元店舗の紹介やセール情報、災害・防犯対
策など、地域の今をリアルタイムでキャッチ!放送は朝9時
~夕方6時まで、365日・生放送でお届けしています!FMラ
ジオ・パソコン・スマートフォンからぜひお聴きください。
共に川崎区を元気にしましょう!

放送エリア



あなたのビジネス・サービスをFM大師でPRしませんか?
ラジオならではの臨場感で、魅力を最大限に引き出します!
ぜひお気軽にご相談ください!

- ・CM放送(20秒): 550円~
- ・スタジオ出演(約10分): 3,300円~

照会先

株式会社FM大師
代表 清水 暁
〒210-0812 川崎区東門前1-13-7
TEL 044-201-9537
E-mail kawasaki@fmdaishi.jp
URL <https://fmdaishi.jp/>

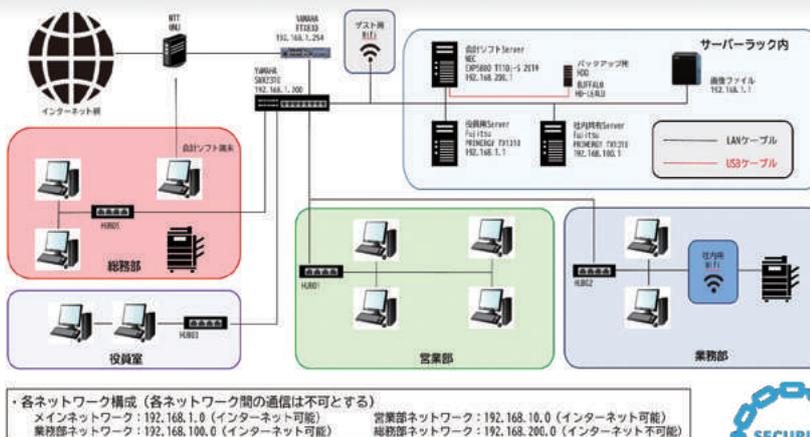


このコーナーは会員の皆様にご利用いただくページです。



代表取締役
井出 友久

ネットワーク構成図 例



相談例 (中小受託製造業の場合)

取引先からセキュリティガイドラインの順守を求められたが、自社のネットワーク環境が分からない状況でのご依頼。

⇒まず訪問して現状を把握し、ネットワーク構築図を作成しました。構築図を基にガイドラインと照らし合わせて足りない部分をご説明し、指定のシステム会社の担当者にご依頼主様の代行として必要な施工内容を説明させていただきました。

(株)NEXT IDEA [情報メディア部会]

中小企業のネットワークをコーディネートします

幸 区

2020年の法改正により、情報漏洩に対する罰則が強化されましたが、中小企業ではセキュリティ専任の従業員を雇用することが難しいのが現状です。

そこで弊社は、お客様の現状やお悩みをうかがい、お客様が理想とするインターネット環境の整備をお手伝いいたします。ご希望があれば通信機器業者を紹介することもできます。ぜひ、社内ネットワーク環境のセカンドオピニオンとしてもお気軽にご相談ください。

●相談例 (医療機関の場合)

- ・オンライン資格確認の導入を検討している。
- ⇒環境を確認し、アドバイザー対応実施
- ・院内ネットワーク環境の通信回線を見直したい。
- ⇒回線の精査を実施、余剰回線を確認し解約

●相談例 (税理士法人の場合)

- Wi-Fiが不安定なのでどうかしてほしい。
- ⇒電波状況の確認、適切な設置・機器に変更

主な実績

- 学校法人
 - ・校内ネットワーク構築設計/アドバイザー顧問
 - ・セキュリティ調査/セキュリティポリシー作成
- 電気保守法人
 - ・ネットワーク環境構成/セキュリティポリシー作成
- 医療法人
 - ・医療ネットワーク再構築/オンライン資格確認構築
- その他企業
 - ・ネットワーク構築設計施工/社員研修講師
 - ・技術指導アドバイザー顧問

照会先

株式会社NEXT IDEA
 代表取締役 井出 友久
 〒212-0052 幸区古市場1756-2
 TEL 044-589-3313/090-5524-9006
 E-mail info@itp-nextidea.com
 URL https://itp-nextidea.com



旬の果物を
使用した
季節のタルト



おもたせにピッタリのクッキーBOXと
お店で一番人気のシフォンケーキ



エンガー缶



レモンケーキ



chercheuses (シェルシューズ) [小売業分科会]

ノベルティーや記念品に!バターを贅沢に使用した 焼き菓子はいかがですか?

高津区

私たちは、二子新地駅から徒歩3分の場所にあるアシェットデセールと焼菓子をメインとしたお菓子屋さんです。

アシェットデセールとは、コース料理の食後に楽しむ、華やかで洗練された作り立てのデザートのこと。店内は温故知新をテーマに、和と洋が調和する懐かしくも新しい空間となっています。

店頭、オンラインショップでの販売や喫茶でのおもてなしに加え、企業の周年記念や販促イベントのためのオリジナルお菓子もお作りしています。

ご予算や人数に合わせて、オーダーメイドでご対応いたします。ぜひお気軽にご相談ください。



照会先

合同会社シェルシューズ
代表 黒坂 奈莉子
〒213-0004 高津区諏訪1-9-23 ポールメゾンII1F
E-mail chercheuses@gmail.com
定休日 不定休
URL <https://chercheuses-dessert.shopinfo.jp/>



このコーナーは会員の皆様にご利用いただくページです。



ハレタビト



8坪のコンパクトな店内。照明から家具、トイレの鏡なども日本各地の作家の製品で揃えています。▶



◀[5月のおすすめタリー] 塩豚の和タリー



ほろにががほちャプリンとアイスカフェ▶

hitelas -draw a life-



▲宝探しののように、のんびりと商品をお楽しみください。不定期で企画展も開催。

川名萌子 花器
5月の企画展「植物とある風景(仮)」に展示予定 ▶



(株)ハレタビト [食品部会]

暮らしを、まるく。

多摩区

私たちハレタビトは、不動産・建築・飲食を通じ、暮らしを包む空間と、暮らしの中で共に時を過ごすものの両方を提案できる、そんな暮らしのよろずやを目指しています。

自社ビル1階に「tabitali cafe」、2階に雑貨屋「hitelas」を併設、3階には不動産・設計事務所があります。

1階

tabitali cafe
(タビタリカフェ)

名前の由来は「旅+浸る」。野菜とスパイス料理とデザート、暮らしの本が並ぶカフェです。

日中は体に優しい手作りスープとタリー(=カレー)などのランチメニュー、夜はバーとして日本各地のお酒とそれに合うおつまみ料理を提供しています。

また、月に1回、夜の音楽イベント「音旅」を開催。様々なアーティストを招き、旅好きと音楽好きが集まります。

2階

併設施設

hitelas
(ヒテラス)

日本の作家によるクラフトマンシップあふれる製品や、北欧雑貨を集めたセレクトショップです。長く使い続けることで、あたりまえの日常を味わい深いものに変えてくれるような、良い商品をお届けします。



照会先

株式会社ハレタビト
代表取締役 安藤 玄貴
〒214-0014 多摩区登戸2583-12-2
TEL 044-819-8294
E-mail g.ando@haletabito.com
<tabitali cafe>
定休日 火曜日
営業時間 11:00~18:00 ※金・土曜日のみ11:00~22:00
<hitelas>
定休日 月・火・水曜日
営業時間 11:00~18:00



▲tabitali cafe



▲hitelas

掲載ご希望の方は企画広報部 TEL 044-211-4112まで、ご連絡ください。



客単価UPで店舗の売上向上を目指しましょう!

中小企業診断士・当所専門相談員 仲田 俊一

店舗の売上アップを考えると、お客さん集め(客数)ばかりに目がいきがちですが、実は客単価アップも効果的です。集客は、手間やお金(コスト)がかかる割には成果に繋がりにくいのですが、客単価アップは、コストが低く成果に繋がりがやすいことが多いのです。

●なぜ客単価アップの方がコストがかからないのか?

数ある売上の公式の中から次の公式を例に取って考えてみます。 **売上=客数×客単価**

この式による、売上を上げる方法は、“客数を増やす”と“客単価を上げる”の二つがあります。経営者にとって、新規顧客獲得は重要です。ただ、「お店を知らない人に存在を知ってもらい、来店に繋げる」というのはなかなかハードルが高いです。一方で、客単価のアップは、既存顧客が対象なので、やりやすく、結果も出やすいのです。

●客単価を上げるためにはどんな方法があるのか?

客単価を上げるには、来店回数を増やすこと、購入単価を上げることの二つの方法がありますが、どうすればいいのでしょうか?

①接客でお客さんと仲良くなる

当たり前ですが、接客が良いお店に行きたくなるものです。仲良くなった店員さんにおすすめされたら、つい買いたくなってしまいますよね。これをワントゥワンマーケティングといい、大企業よりも小規模事業者向けの方法です。接客を見直すだけでも客単価は上がります。

②商品価格の見直し

昨今の物価高と人件費の高騰で、今は商品価格の見直しを実行しやすいタイミングです。①でお客さんと仲良くなっていれば、会計の際に「来月から値上げで…」ときちんと説明をすることで、常連さんの客離れは意外と起きないものです。

③高価格帯の商品を取り扱う

この方法の狙いは、高価格帯の商品を取り扱うことで、その下の価格帯を売れやすくすることです。昔からのお蕎麦屋さんには、松竹梅という三つの価格帯のセットがあります。このようなラインナップを準備されると、人は真ん中の価格帯(竹)を買いたくなる心理になります。わざと高価格帯を準備して、店舗の売れ筋を“安く感じさせる”のです。

④LINEやSNSを活用して来店を促す

既存顧客を中心にLINEやSNSのフォローをお願いして、お店の情報を流すことも来店回数を増やすのに効果的です。しつこくない程度にLINEやSNSで情報を流すことで、お店のことを思い出してもらうことで来店に繋がります。

●割引は最後の手段、工夫でコストをかけずに客単価を上げましょう!

いかがでしたか?コストをかけずにできることばかりです。売上が下がるとつい割引やクーポンを活用したくなりますが、まずは工夫でできることから始めていただくと良いと思います。

あなたの企業をサポートします!

経営相談のご案内 [経営相談のご案内]

当所経営指導員や専門相談員(弁護士・税理士・中小企業診断士他)が、経営に関する悩み・ご相談にお応えします。お近くの本部・支所までお気軽にご相談ください!

このコーナーは、「儲かる! 商売に役立つ ワンポイント」と題し、商売に役立つヒント、便利な情報・制度などをご紹介します。日々のご商売に、ぜひお役立てください。

中小企業のための DX事例

ウイングアーク1st株式会社 データのじかん主筆 大川 真史

DX×哲学×アートが育む多脳工の新たなものづくり

株式会社フジタは、富山県高岡市に拠点を構える町工場で、アルミ削り出し加工やアルミ鋳造金型設計・製作を手掛けています。

代表取締役社長の梶川貴子さんは、幼少期から工場が身近な環境で育ちましたが、当初は家業を継ぐつもりはなく、アパレルの専門学校に進学し、卒業後は金沢のアパレルメーカーに就職しました。しかしその後、実家に戻り、自分の居場所づくりのため、家業のデジタル化に取り組むようになりました。

1987年にPC-9801というパソコンを購入し、給与計算システムを自作しました。これをきっかけに業務の効率化が進み、その後は生産管理のデジタル化や社内コミュニケーションの円滑化へと発展しました。さらに近年では動画やSNSを活用した情報発信にも力を入れ、町工場の技術力や魅力を広く伝えることで、新たなビジネス機会を生み出すことに成功しました。

同社のもう一つの大きな特徴は、アートや哲学を取り入れた経営です。クラウドファンディングを活用して資金を集め、第2工場の敷地内に2017年、「Factory Art Museum TOYAMA」を設立しました。金属加工技術を生かしたメタルアート作品を展示する美術館です。

また、美術館の2階にはワークショップスペースが設けられ、毎月「哲学カフェ」が開催されています。ここでは、ものづくりや経営、人生観について自由に意見を交換しながら、新たな考え方や発想が生まれています。13年から年に1回、全従業員が参加する戦略会議を開催しており、同日に社内限定の哲学カフェも実施しています。「お金とは何か?」「共通善とは何か?」「顧客の創造とは何か?」といったテーマについて半日かけて議論することで、従業員の仕事への向き合い方にも変化が生まれています。

フジタの取り組みは、町工場の経営にデジタル技術とアートや哲学を組み込むことで、新たな可能性を切り開いている好例です。デジタル化による業務効率化と情報発信に加え、アートや哲学を取り入れることで、自律的な現場人材の育成にもつながっています。単能工から多能工、さらに"多脳工"へと進化し、ものづくりエンジニア集団へと成長しています。これらの取り組みは、ものづくりの新たな形を模索するほかの町工場や企業にとつて、大きな示唆を与えるものとなっています。

(この事例は筆者取材時のものであり、現在では異なる場合があります)

広告募集中

食べ物をおいしくする三つのことと 消費者との関係の作り方

大泉洋さんや安田顕さんたちが結成した北海道出身の演劇ユニットTEAM NACS (チームナックス) の一員、俳優の森崎博之さんにお話を伺う機会がありました。森崎さんは出演するテレビ番組や舞台などを通じ、農業や農家を応援する活動に長く取り組んでいます。北海道ローカルで農業と農家を取り上げるテレビ番組に17年間にわたって出演し、700件以上の現場取材経験から農業の将来に危機感を持っているのです。

番組の中で採れた野菜のおいしさを知ってもらうため、トマト嫌いの子どもたちをトマト農家に連れて行き、もぎたてを食べてもらったことがあるそうです。どの子も「自分が知っているトマトと違う」と感じ、さらにそのうちの1人が「こんなおいしいものをつくれる生産者はカッコいい」と思って、その後農業高校から酪農関係の大学へ進んで農業経営を学び、現在は地元の生産者支援の仕事に就いているそうです。つづられている現場を知り、実際につくっている人に話を聞いて食べる経験が、子どもたちのトマトへの苦手意識を払拭したといえるでしょう。

「野菜(食材)をもっとおいしく食べるために大事な三つのこと」を森崎さんは消費者に伝えたいと言います。それは「知ること」「感謝すること」「応援すること」で、「知ること」は、トマトならトマトで、どんな種類があるのか、どうやってつくられているか、どんな調理法があるか、どんな歴史や地域

性があるかなど、モノ自体をもっと深く知ってもらうことです。

「感謝すること」は、それがどんな人によってつくられているか、どんな人がここまで運んでくれたか、どんな人が料理してくれたかなど、自分においしさや健康をもたらしてくれたヒトに思いをはせることです。三つ目の「応援すること」は、消費者自身が感じたおいしさや健康などの体験が広く次の世代へと受け継がれていくよう、食べることはもちろん、自分が経験したことを誰かに伝えるといった、つくり手を応援する行動を何か起こしてほしいということです。

この三つの要素を、広くモノやサービスを提供している"つくり手"側の目線でいえば、商品やサービスの良さを消費者に伝え、さらに商品やサービスが生まれて消費者に届くまでのストーリーもしっかり伝えることに相当するでしょう。三つ目の「応援する」は、消費者との関係を強めることを意味します。これは消費者自身が生産に関わるクラウドファンディングや、環境保護や事業支援などを目的にしたエシカル消費などの最近のトレンドと合致した考えです。つくり手の立場から、消費者を巻き込む、コアなファンづくり、インフルエンサー育成といった表現をされることもあります。

森崎さんは「農業の大変さや将来への不安が報じられませんが、それはどの業種でも同じことが起きています」と言います。農業の課題は日本の産業全体の課題であるようです。

広告募集中

初夏の修善寺・天城 文学をたどる旅

ホタルの夕べ、竹林の小径、バガテル公園他

静岡県

修善寺・河津



天城の山の稜線に陽が沈み、谷あいには夜の帳がかけられました。薄暗い公園で待つことしばし。糸を引くように闇を走る小さな明かり。ひとつ、またひとつと、息を潜めて見守る人々の前を横切ってゆきます。儂くとも、確かな生命の営みを感じさせるその光。転向派の巨匠、島木健作ゆかりの赤蛙公園に、今年もホタルが帰ってきました。

今回のぶらり旅は、静岡県伊豆半島の中伊豆地方へ。河津から修善寺へと天城の山を登ってまいりました。

修善寺温泉の歴史は古く、1200年前に弘法大師が開いたと言われていています。修善寺から天城を越え、河津、熱川、熱海と、伊豆半島には風光明媚な温泉地が続きます。近代においては、多くの文学者がこの地を訪れ、数多の作品に登場。日本の文学史を彩ってきました。

夏目漱石、芥川龍之介が愛した修善寺は、温泉の他にも、映える絶景として世界的に有

名な竹林の小径、大規模公園の虹の郷、展望抜群の伊豆の国パノラマパーク等、見どころが沢山です。中でも初夏にこそ訪れたいのが、「ホタルの夕べ」が開かれる赤蛙公園。小さな公園に自生のホタルが飛び交います。

修善寺から南へ、天城の山を下ると、半島東岸の河津へと至ります。ノーベル文学賞受賞、川端康成の代表作「伊豆の踊り子」の舞台です。こちらも河津バガテル公園のバラ園等が初夏に見頃を迎えます。「かっぱ寺」として知られる栖足寺(註6)では、紫陽花を浮かせた可憐な花手水が季節を感じさせます。

天城の湧水に恵まれた修善寺は、手軽に本格そばを味わえる屋台から、贅沢な蕎麦会席まで、多くのお店が並び蕎麦激戦区です。初夏に味わいたいの「鮎そば」。地元狩野川産の鮎の甘露煮を乗せた、この季節ならではの逸品です。



●アクセス

【電車】JR川崎駅→JR東海道本線→JR三島駅→伊豆箱根鉄道→修善寺駅→東海バス
【自動車】川崎→東名川崎IC→東名高速道路→東名沼津IC→伊豆縦貫道→伊豆中央道→修善寺道路→修善寺IC

●キャプション

①:赤蛙公園のホタルの夕べ(5月下旬～6月上旬) ②:竹林の小径(ライトアップは日没から23時まで) ③:河津バガテル公園(9時～18時、6月未まで無休) ④:美味しい鮎そば ⑤:すりおろしわさびたっぷりのわさびソフト。辛さより爽やかさが立って美味です ⑥:カッパ伝説のある栖足寺の花手水(伊豆市観光協会修善寺支部:☎0558-72-2501)